

УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-ПРОДАЖАМИ

Говеля А.В., Кочетова Т. И.

*Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»,
г. Харьков*

Управление продажами интернет магазина – это выявление слабых мест в его функционировании, разработка стратегии исправления ошибок, постоянная работа по наполнению сайта уникальным контентом и использование функционала, повышающего удобство обслуживания покупателей и увеличивающего скорость исполнения заказов, взаимодействие с поставщиками, усовершенствование логистики, урегулирование вопросов прохождения платежей, возврата и замены товара в соответствии с законом о защите прав потребителя.

Лишь тот интернет-магазин, где каждому этапу работы уделяется должное внимание, успешен и популярен у потребителей. Закон С. Бира гласит: улучшение работы одного из элементов системы не приводит к улучшению работы системы в целом.

Конкурентоспособность и прибыльность интернет-магазина напрямую зависит от того, как выстроены отношения с клиентами.

Контролировать работу с клиентами, упорядочить и планировать ее помогает, широко используемая в настоящее время, CRM-система (Customer Relationship Management или Управление отношениями с клиентами). Это прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов.

Каждая CRM-система – это воплощение видения разработчиков того, как нужно работать с клиентом. В ней заложено множество готовых инструментов, которые позволяют перевести работу на качественно новый уровень. Например, интеграция CRM-системы с телефонией позволяет фиксировать все звонки, запоминать все новые контакты и анализировать качество работы отдела продаж с лидами. Внедрение CRM-системы позволяет получить не только инструмент, но и помощь, взгляд разработчиков на то, как должен работать отдел продаж. В свою очередь при разработке CRM-системы обычно опираются на лучшие практики, на экспертов в вопросах работы с клиентами. А потому если вы будете активно использовать предоставляемые CRM-системой инструменты, то и работа вашего отдела продаж также будет оптимизироваться. Различные инструменты системы сами подсказывают, какие шаги стоит сделать в процессе оптимизации работы с клиентами. Инновации не стоят на месте, соответственно и управление интернет-продажами всегда только совершенствуется на высоком уровне.